

Il Messaggero Sardo, dicembre 2006

Emigrati e turismo, una scommessa da non perdere

di *Maria Luisa Gentileschi*

Università di Cagliari

(mlgentil@unica.it)



Gli emigrati sardi sono essi stessi, in qualche modo, turisti in Sardegna. Anche se non alloggiano in strutture di accoglienza qualificate, ma vanno a stare presso parenti o amici o nelle stesse case di loro proprietà, essi presentano molti comportamenti tipici del turista: afflusso nel periodo delle vacanze, partecipazione ad intrattenimenti organizzati, presenza sulle spiagge e negli eventi sportivi, e così via. È il cosiddetto "turismo di ritorno". Probabilmente le loro destinazioni, al dettaglio macroscalare, sono più spesso i centri dell'interno che non quelli costieri. Mancano le informazioni in proposito. Dappertutto del resto lo studio sul turismo degli emigrati si basa su poche o nessuna informazione. Dei paesi in via di sviluppo, che io sappia, solo il Marocco pubblica dati sul turismo degli emigrati

marocchini e si tratta di cifre consistenti. Ma i marocchini studiano il turismo nelle scuole francesi o perlomeno di impostazione francese e la Francia è il Paese al mondo con la migliore tradizione al riguardo.

Gli emigrati potrebbero però essere ancora più importanti – agli effetti della produzione di sviluppo nelle regioni di origine – ancora una volta come "ambasciatori" del prodotto italiano, in questo caso la vacanza turistica. Potrebbero infatti incidere di più sulla diffusione del turismo verso l'Italia nei Paesi di immigrazione, specie per le piccole attività ricettive e il turismo rurale nelle zone di provenienza. Gli arrivi dei turisti sarebbero così meglio canalizzati anche verso i piccoli centri interni dell'Isola, in vista di una proposta di vacanza alternativa a quella balneare. Vale la pena di rimarcare che alcuni Paesi dove vivono gli emigrati sardi già dimostrano una precisa preferenza dei turisti che vengono in Italia per la sistemazione familiare: così è per il turista tedesco, il quale, secondo i dati Enit, quando è in Italia va in albergo per il 45% ma va in appartamenti privati per il 20%.

Non mancano, anche in Sardegna, iniziative imprenditoriali ricettive aperte da ex-emigrati, spesso persone che hanno lavorato nei servizi turistici quando erano all'estero e che hanno investito in queste iniziative risparmi ed esperienze. A volte la moglie di origine straniera è diventata il punto di contatto per la connessione con i Paesi di provenienza dei turisti.

Negli ultimi anni il Ministero degli Esteri italiano ha messo in cantiere alcune iniziative promozionali: anzitutto ha creato i Focus – Paese, ossia schede illustrative del turismo verso l'Italia, per un totale di 99 Paesi, schede che si possono leggere sul sito del Ministero (www.esteri.it/ita/5_62). Elaborate dalle Ambasciate, dai Consolati e dagli Uffici delle Delegazioni ENIT all'estero, rappresentano una testimonianza concreta della strategia di coordinamento, prevista dal Protocollo d'intesa tra MAE, MAP ed ENIT del 7 luglio 2004, per la promozione turistica internazionale dell'Italia. In esse si dà un quadro macro-economico di ciascun Paese e si esaminano i mercati locali del turismo e la propensione a venire in vacanza in Italia. Successivamente, si dà notizia delle iniziative promozionali attivate sul posto, anche grazie ai contatti con i centri culturali, le Ambasciate, le associazioni degli italiani all'estero: dai desk informativi in occasione dei grandi eventi, alle settimane italiane per i prodotti enogastronomici, alle settimane culturali, alle quindicine commerciali presso i grandi magazzini e così via. Sono dunque ricche di informazioni e di stimoli. Lo scopo è di attirare l'attenzione degli enti regionali e locali italiani su cosa si potrebbe fare e cosa viene fatto per promuovere la vacanza e il prodotto regionale. Infine, si esaminano le destinazioni dei turisti, al livello delle

regioni e delle località più frequentate in Italia. Anche prima di cominciare a leggere, ci si aspetta che la Sardegna sia raramente menzionata tra le regioni preferite: infatti, non lo è nemmeno per la Germania, da dove tuttavia viene il principale flusso turistico che approda nell'Isola. Eppure, il 20% dei tedeschi che fanno le vacanze all'estero viene in Italia. Vanno però soprattutto in altre regioni, per quanto tra i loro principali obiettivi ci sia il soggiorno in una località balneare. "Nella mia città (Kiel, Nord Germania) – mi diceva un collega tedesco a Cagliari per gli scambi Erasmus – la Sardegna non la conosce nessuno".

Nemmeno per gli statunitensi, che sono il secondo paese per il nostro turismo internazionale, la Sardegna è una destinazione nota. Non per niente, nel quartiere di Little Italy a New York si trovano in vendita tovagliette e altri gadgets in cui è raffigurata l'Italia, ma senza la Sardegna. Nel Regno Unito invece, anch'esso tra i principali paesi di provenienza, la Sardegna emerge all'11° posto tra le destinazioni italiane preferite, un risultato – diciamo un primo passo – che certo dobbiamo alle compagnie low-cost Ryanair e Easyjet. Migliori posizioni sta acquistando l'Isola tra le destinazioni dei turisti francesi: pur restando distaccata rispetto al Nord Italia, le percentuali che la riguardano crescono rapidamente, sia per gli arrivi, sia per le presenze.

Nel 2000 i 115 Comites (Comitati degli Italiani all'Estero) e le 335 associazioni degli italiani all'Estero, sono stati iscritti dal Ministero degli esteri come soci al Touring Club Italiano, allo scopo di rafforzare i legami con gli italiani emigrati e per realizzare una migliore attività politico -culturale di potenziamento dell'immagine turistica dell'Italia (da Qui Touring, nov. 2000). Un atto importante, perché il TCI ha acquisito una grossa esperienza nella promozione del turismo in Italia e all'estero. Da questa collaborazione ci si aspettano risultati, non facili peraltro da verificare. C'è un distacco da rimontare, per quanto riguarda i flussi del turismo straniero in Sardegna, ben vengano dunque iniziative come queste.

Parlando ad un seminario tenutosi il luglio scorso a Pula, Francesco Fadda, giovane imprenditore sardo in Usa, invitava gli eletti all'amministrazione della Regione Sardegna a curare di più i rapporti con il turismo incoming dagli Usa: "Occorre che i cittadini statunitensi scoprano la Sardegna come meta delle loro vacanze". Forse guardandosi bene intorno, qualcosa avviene già: Come geografa, tengo a segnalare l'attività che dal 1976 la compagnia Experience Plus! Specialty Tours Inc. (www.Experienceplus.com) conduce offrendo in catalogo un viaggio di biciturismo in Sardegna (itinerario Alghero-Cagliari), per piccoli gruppi che si muovono in bici a noleggio, da un agriturismo ad un altro, per 13 giorni. La compagnia è proprietà di Richard Price, Ph.D in Cultural Geography e di sua moglie Paola Malvezzi, Ph.D in Lingue Romanze, una coppia che l'Europa e la Sardegna le hanno esplorate in bici in prima persona. Richard Price scrisse la sua tesi di dottorato sul turismo in Sardegna, un lavoro per il quale il Rotary Club di Cagliari gli attribuì, qualche anno fa, il Premio Lamarmora.

Un'iniziativa, questa, singolarmente tenace nel tempo, ma rivolta a piccoli gruppi, una nicchia. Sono le esperienze giovanili, i legami personali, che fanno nascere questi progetti, che poi si allargano a reti di altre iniziative simili. Infatti, Experience Plus! offre un buon numero di altri itinerari in bici in vari Paesi europei. Forse si può lavorare con logiche simili in altri settori di turismo "per pochi". Se invece si cercano i grandi numeri, penso ci sia poco da illudersi, ancora per molti anni. Avremo il turismo cinese in Italia, ne arrivano già molti, ma non vanno oltre la consueta trafila Venezia – Firenze – Roma o poco più.